



05.02.04

ORCID: 0000-0002-7057-8145

ЭКОМАРКИРОВКА – ПУТЬ К КАЧЕСТВУ ПРОИЗВОДСТВА**Нигора Мадиханова Сахибджановна.**

АндМИ.

*Старший преподаватель кафедры «Метрология, стандартизация и управление качеством продукции»**E-mail: nigosha1978@gmail.com***Нилуфар Маматисоқова Абдухалим қизи.**

АндМИ. Магистр кафедры

*«Метрология, стандартизация и управление качеством продукции..»**nilufarkhon.1994@mail.com*

Annotatsiya: *Ekologiya muammosi respublikamizning asosiy vazifalaridan biri bo'lib, hozirgi zamonda odamlarning "eko"ga intilishi tez sur'atlar bilan o'sib bormoqda. Demak, tabiat uyg'unligi va sog'lom turmush tarzi o'zaro bog'liqdir. To'qimachilik mahsulotlari sifatini ta'minlovchi ekologik ishlab chiqarishning o'sishi eksport yo'lini ko'rsatmoqda. Xalqaro mamlakatlarga eksport eko-yorliqlar bilan oqlanadi. Hozirgi vaqtda tovarlarni eko-yorliqlash Yevropa Ittifoqiga tovarlarni eksport qilishning eng muhim yechimidir. Tovarlarining eko-yorlig'i "yashil mahsulotlar", xavfsizlik, ekologik toza, talabning o'sishi, optimal texnologiya va boshqalarni targ'ib qilishni ta'minlaydi. Ushbu maqolada eko-yorliqlashning asosiy tushunchalari va ularning yechimlari, sifatli tovarlar ishlab chiqarishni yaxshilash yo'llari, shuningdek, tovarlarni markalash bo'yicha xalqaro standartlar tahlillari ko'rib chiqiladi. Xulosa qilindiki, sanoat tovarlarini markalashda transport xarajatlari kamayadi, mahsulot sotish hajmi oshadi, brendlarning sifati va roli oshadi, xalqaro aloqalar kuchayadi, mahsulotlar xalqaro miqyosda tan olinadi, transport xarajatlari kamayadi, bu korxonaning raqobatbardoshligini oshiradi.*

Аннотация: *Проблема экологии является одной из главных задач Республики и в наше время стремление людей к "эко" всё стремительно растёт. Это означает, что гармония природы и здоровый образ жизни взаимосвязан. Рост экологической продукций обеспечивающий качество текстильных товаров, предъявляет путь к экспорту. Экспорт в международные страны обоснованы с экомаркировками. В наше время экомаркировка товаров является самым значимым решением для экспорта товаров в ЕС. Экомаркировка товаров обеспечивает продвижение "зелёной продукции", безопасность, экологичность, рост спроса, оптимальную технологию и т.д. В данной статье рассматриваются основные понятия экомаркировки их решения, пути улучшения к производству качественных товаров, а также приведены анализы международных стандартов при маркировке товаров. Выявлены выводы, что*



при маркировках товаров отрасли сокращаются транспортные расходы, растет объем продаж продукции, усиливается качества и роль брендов, обеспечивает международные отношения, происходит признание продукции на международном уровне, сокращаются транспортные расходы что повышает конкурентоспособность предприятия.

Annotashion: *The problem of ecology is one of the main tasks of the Republic and in our time the desire of people for "eco" is growing rapidly. This means that the harmony of nature and a healthy lifestyle are interconnected. The growth of ecological production, which ensures the quality of textile goods, shows the way to export. Exports to international countries are justified with eco-labels. Nowadays, eco-labeling of goods is the most significant solution for exporting goods to the EU. Ecolabeling of goods ensures the promotion of "green products", safety, environmental friendliness, demand growth, optimal technology. This article discusses the basic concepts of eco-labeling and their solutions, ways to improve the production of quality goods, as well as analyzes of international standards for labeling goods. It was concluded that when labeling the goods of the industry, transportation costs are reduced, sales of products are growing, the quality and role of brands are enhanced, international relations are enhanced, products are recognized at the international level, transportation costs are reduced, which increases the competitiveness of the enterprise.*

Калит сўзлар: экоёрлик, товар, халқаро стандартлар, Оеко-Тех, Ecolabel

Ключевые слова: экомаркировка, товар, международные стандарты, Оеко-Тех, Ecolabel

Key words: eco-label, product, international standards, Оеко-Тех, Ecolabel

Введение.

Экомаркировка считается исключительным маркетинговым и рекламным инструментом, который информирует современные потребители о зеленых чертах продукта. Они предоставляют информацию, которая мотивирует потребителей, демонстрируют положительное отношение и реальное поведение в отношении покупки экологически чистых продуктов.

В Узбекистане с 1 января 2020 года была внедрена система добровольной экологической маркировки продукции, основанная на требованиях мировых стандартов. Это предусмотрено постановлением правительства "О внедрении системы добровольной экологической маркировки продукции в Республике Узбекистан" (№ 435 от 27 мая 2019 года). Экологическая маркировка продукции будет осуществляться специальными органами, аккредитованным в установленном порядке. Объектом маркировки становиться продукция, при производстве, использовании, употреблении, транспортировке, хранении и утилизации которой оказывается наименьшее вредное воздействие на окружающую среду, здоровье населения и биологические ресурсы.



Производители будут маркировать свою продукцию знаком экологической безопасности на добровольной основе, после получения сертификата о добровольной экологической маркировке. Документом запрещается использование слов "эко" и есо в наименовании, на упаковке, в товарно-сопроводительной документации продукции и при ее рекламе при отсутствии сертификата о добровольной экологической маркировке [1].

Основная цель экомаркировки – стимулировать потребителей к покупке, экологически чистой продукции и, в свою очередь, стимулировать производителей производить в экологически безопасным способом. Этикетки позволяют потребителям сравнивать среди продуктов. Потребителям также предоставляется возможность уменьшить воздействия их повседневной деятельности на окружающую среду, покупая экологически чистые предпочтительных и полезных для здоровья продуктов и минимизировать неблагоприятные последствия при использовании и утилизации.

Экомаркировка возникла во всем мире как дифференцирующий фактор в розничные рынки для покупки текстиля и одежды. Это основной инструмент маркетинга для хорошо информированный и «зеленый» клиент; таким образом, экомаркировка стала очень важной к развитию устойчивой и заслуживающей доверия текстильной промышленности [2].

Текстильная продукция, произведенная или ввезенная на территорию страны после 1 января 2022 года должна иметь этикетку с дата матрикс кодом. Производители маркируют текстиль до перемещения на склад готовой продукции, импортеры — до прохождения таможенных процедур. Если текстильные изделия компания ввозит с территории стран ЕАЭС, цифровая маркировка должна появиться до физического пересечения товаром границ [3].

Литературный обзор.

Системы сертификации, присуждающие экомаркировку, были созданы намного раньше, чем социальные ярлыки, и их влияние гораздо шире. Правила экологической сертификации были созданы совместно рядом международных организаций, таких как Европейское сообщество, Всемирная торговая организация (ВТО), Экологическая программа Организации Объединенных Наций (ЮНЕП) и Международная организация по стандартизации (ИСО). За последние 30 лет было много инициативы, направленные на сертификацию продукты и услуги, которые лучше экологические свойства, чем те, которые требуются действующими стандартами. Чтобы обеспечить единый подход к этому типу маркировка, Международная организация по стандартизации опубликовал ряд стандартов (ISO 14020, ISO 14021, ИСО 14024, ИСО 14025).

Поскольку классификация ISO предусматривает три типа информации, описывающей экологические преимущества продукта или услуги, три экологических знака Małgorzata Koszewska в своей статье «Social and Eco-





labelling of Textile and Clothing Goods as Means of Communication and Product Differentiation» сравнила стандарты ISO (1-таблица) [4].

1-Таблица

Сравнение стандартов

Тип	Тип-1	Тип-2	Тип-3
Стандарт	ISO 14021	ISO 14024	ISO 14025
Участие третьих лиц	да	нет	да
Анализ жизненного цикла	упрощенный	нет	да
Возможности	Многокритериальный	черты выбранного продукта	категории параметров, определенные для сектора
Возможность дифференциации экологических продуктов в пределах групп продукт	да	нет	да
Информационный носитель	этикетка – марка графика, логотип	графический знак, слово, лозунг	числовые данные, представленные графики, рисунки, текст
Добровольный	да	да	да
Проверяемость/надежность	высокий	низкий	высокий
Перспективы развития	хороший	слабый (низкая надежность)	средний (комплексная процедура, анализ большой объем данных)

Peter Lange, Ulrik Boe Kjeldsen, Maja Tofteng, Anja Krag and Kasper Lindgaard в своих публикациях «The coexistence of two Ecolabels – The Nordic Ecolabel and the EU Ecolabel in the Nordic Countries» обосновали преимущества экомаркировки, успехов Swan Label и Ecolabel ЕС в разных категориях товаров, а также синергию и позиционирование между комиссией и критериями структуры Swan Label и Ecolabel ЕС [5].

В последние годы в Евросоюзе все большую значимость приобретает «экомаркировка» **Eco-label** и **Оеко-Тех**. Рассмотрим требования этих стандартов:

Основные критерии Eco Label для одежды и текстильных изделий:



-критерии для текстильных волокон: хлопок и другие натуральные целлюлозные семенные волокна (включая капок), льняные и другие лубяные волокна (включая коноплю, джут и рами), шерсть и другие кератиновые волокна (включая овечью и баранину, а также шерсть верблюда, альпаку и козью шерсть), акрил, эластан, полиамид (или нейлон), полиэстер, полипропилен, искусственные целлюлозные волокна (включая вискозу, модал и лиоцелл);

-критерии запасных частей и аксессуаров: наполнители, покрытия, ламинаты и мембраны, аксессуары и т.д.

Основные критерии Оеко-Тех для одежды и текстильных изделий:

-вредные вещества, запрещенные законом (канцерогенные красители);

-вещества, регламентированные законом (формальдегид, пластификаторы, тяжелые металлы, пентахлорфенол);

-вещества, внушающие опасения, но пока не запрещенные и не регламентированные законом (пестициды, аллергизирующие красители, оловоорганические соединения);

-другие параметры, имеющие профилактическое значение для здоровья потребителя (благоприятное для кожи значение рН, устойчивость окраски). [6].

В годовом отчёте Оеко-Тех 2021-2022 рассмотрены влияние 17 независимых международных исследовательских и испытательных институтов, которые тесно и последовательно работают, используя последние научные открытия. Их циклические испытания являются важной мерой для обеспечения качества и сопоставимости международных стандартов. Институты Оеко-Тех тестируют идентичные образцы, используя глобально стандартизированные идентичные методы испытаний для проведения межлабораторных сравнений. Кроме того, в прошлом финансовом году институт дополнительно усовершенствовали системы обратной связи стандартов. Оеко-Тех поддерживает промышленность в решении новых задач. В январе 2022 года члены института представили Калькулятор воздействия. Это помогает производственным предприятиям, сертифицированным STeP by Оеко-Тех, сократить выбросы CO₂ и потребление воды. Позже в 2022 году предложат RESPONSIBLE BUSINESS by Оеко-Тех, который поможет компаниям перейти на будущие законы о должной осмотрительности [7].

Анализ результатов.

Изучая международные экомаркировки выявлены следующие показатели:

-регион страны;

-критерии экомаркировок;

-графическое положение;

-типы продукции;

-социальное и экономическое показатели;



- жизненный цикл продукции;
- систематическая методология.

Исходя из анализа, можно сделать вывод что, каждая экомаркировка товаров была классифицирована в соответствии с применяемым регионом, и количество критериев под каждой маркировкой было указано для получения графического представления количества экомаркировок, объединяющих определенные критерии. Следует отметить, что в настоящем обзоре экомаркировки предпочтение отдается экологическим критериям, включенным в экомаркировку.

L. Ranasinghe в своей статье « Ecolabelling in textile industry: A review» опубликованный 2021 году в журнале Resources, Environment and Sustainability исследовал для проведения регионального анализа экомаркировки экомаркировка, применяемая в Европе, США, Азии, Латинской Америке, Океании и Африке. В ходе исследования, была отсортирована на основе их региона, конкретных критериев экомаркировки и индикаторов. Согласно поиску по базе данных, среди 107 текстильных экомаркировок в мире есть 55 европейских текстильных экомаркировок, 54 текстильных экомаркировки США, 41 азиатская экомаркировка, 18 экомаркировок Латинской Америки, 19 экомаркировок Океании и 12 африканских экомаркировок [8].

В международных стандартах экомаркировка гарантирует качество продукции.

2-таблица

Сравнительный анализ международных стандартов

GOTS	Naturtextil	EKO Sustainable	Oeko-Tex® Standard 100
гарантирует использование сырья, выращенного методами органического земледелия, и соблюдение трудовых прав рабочих	Им маркируются изделия из шерсти, шёлка, хлопка, льна. Стандарт ограничивает использование потенциально вредных и опасных веществ, допускает окрашивание тканей красками на водной основе или натуральных маслах	национальная экомаркировка Нидерландов для одежды из органик-текстиля.	гарантирует безопасность текстиля для человека. Им маркируются нити и ткани, трикотаж, любая одежда, домашний текстиль, игрушки. Чем интенсивнее контакт изделия с кожей, тем более строгие требования к нему предъявляются

Oeko-Tex Standard 100 из всех этих международных стандартов в экомаркировках обеспечивает устойчивость, прозрачность, безопасность и доверие, также этикетка «MADE IN GREEN» призывает потребителей к ответственному потреблению, делая цепочки поставок прозрачными и отслеживаемыми. Сертификация STeP обеспечивает долгосрочное внедрение



экологически чистых производственных процессов. Безопасность на рабочем месте, хорошая гигиена, медицинские требования и социальное страхование являются обязательными для сертификации STeP. Всестороннее тестирование продуктов на наличие вредных веществ обеспечивает безопасность продуктов с маркировкой Oeko-Tex для потребителей.

Заключение.

В 2021/2022 годах в Европе 93 новые компании стали владельцами лейбла MADE IN GREEN. Это на +32% по сравнению с предыдущим финансовым годом. Это еще 93 компании, которые занимаются производством устойчивых, безопасных и отслеживаемых продуктов, чтобы помочь потребителям принимать обоснованные решения о покупке. Владельцы новых лейблов находятся в: Индонезии, Молдове, Норвегии, Румынии, Словении, Швеции, Вьетнаме.

В Узбекистане запуск маркировки текстиля проводится по этапно.

1. Применение новых правил и необходимое оборудование;
2. Эксперимент по маркировке текстиля. Этот этап уже начался, в 2019 году 29 июня участники рынка подключились к системе мониторинга;
3. Обязательная маркировка. В 2020 году 1 декабря был запрещён выпуск немаркированных товаров текстильного производства.
4. Цифровая маркировка. С 2021 года 1 января производители начали производить с маркированными текстильными товарами.

Исходя, из перечисленного можно сделать вывод, в будущем производители и импортеры будут наносить на текстиль этикетку с дата матрикс и описывают свои товары в «Национальном каталоге».

ИСПОЛЬЗОВАННАЯ ЛИТЕРАТУРА:

1. Постановление Президента Республики Узбекистан от 26.12.2016 г. № ПП-2687 «О Программе мер по дальнейшему развитию текстильной и швейно-трикотажной промышленности на 2017-2019 годы».
2. Roy Choudhury A.K. Development of Eco-labels for Sustainable Textiles. [Textile Science and Clothing Technology /Roadmap to Sustainable Textiles and Clothing] Vol.3. Regulatory Aspects and Sustainability Standards of Textiles and the Clothing Supply Chain. 2015.
https://www.researchgate.net/publication/301957683_Development_ofEco-labels_for_Sustainable_Textiles. pp 137-173
3. Постановление Кабинета Министров Республики Узбекистан от 27.05.2019 г. № 435. «О внедрении системы добровольной экологической маркировки продукции в республике Узбекистан»
4. Małgorzata Koszewska. Social and Eco-labelling of Textile and Clothing Goods as Means of Communication and Product Differentiation. [FIBRES & TEXTILES



in Eastern Europe 2011, Vol. 19, No. 4 (87)]. Department of Material and Commodity Sciences, and Textile Metrology Centre of Market Analyses of Product Innovations Technical University of Lodz ul. Żeromskiego 116, 90-924 Łódź, 2011 Poland E-mail: malgorzata.koszewska@p.lodz.pl

<https://www.researchgate.net/publication/230760641> Social and Eco-labelling of Textile and Clothing Goods as Means of Communication and Product Differentiation

5. Peter Lange, Ulrik Boe Kjeldsen, Maja Tofteng, Anja Krag and Kasper Lindgaard «The coexistence of two Ecolabels – The Nordic Ecolabel and the EU Ecolabel in the Nordic Countries» Book (Other academic) 2014/ Copenhagen: Nordisk Ministerråd, 2014., pp. 73/ TemaNord, ISSN 0908-6692 ; 2014:525

6. Мадиханова Н.С. Special Requirements For Textile Production On Exporting To The European Market. [Eurasian Scientific Herald]. 2022/Volume 5/February pp 56-60.

7. ANNUAL REPORT.2021-2022. Preface Oeko-Tex.Trust.Safety. Sustainabliti Since 1992.

8. Ranasinghe L. « Ecolabelling in textile industry: A review» [Resources, Environment and Sustainability] 6.12.2021.DOI 10.10/16/i.resenv2021.100037 / Corpus ID 240520078 pp 2-15

